分析 5G 技术下媒介的变革和影响

宋 雨
（河南广播电视台，河南 郑州 450000）

摘 要：5G 技术下媒介的形态发生了变化，也给人们的日常生活带来了影响，改变了人们的行为方式，使得人与人以及人与物之间的联系更加紧密。本文阐述了通信技术的发展对媒介形态的影响、5G 技术下媒介形态对传播环境产生的影响以及 5G 技术背景下媒介的变革和影响。希望能够塑造全新的、有吸引力的媒介环境，引发受众对媒介变革的思考。

关键词：5G 技术；媒介形态；物联网；内容生产；短视频　　**中图分类号：**G206　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）01-044-03　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.01.011
本文著录格式：宋雨 . 分析 5G 技术下媒介的变革和影响 [J]. 中国传媒科技，2021（01）：44-46.

通信技术的发展会影响媒介形态，进而给传播环境带来一定的影响。在这种背景下，人对外界的感知力得到延伸，实现了人与外界的沟通。获取信息的方式得以拓展，媒介的呈现形式也随着 5G 技术的应用呈现出了新活力，形成了万物互联互通，万物皆媒的新形态。同时，人们的个性化需求得以满足，也给人们的生活、工作和学习等带来了新的娱乐方式，展现了信息技术发展给人们的生活带来的空前变革。

1. 通信技术的发展对媒介形态的影响

随着通信技术的不断革新，现代媒介也正处于爆发式的发展当中。根据研究报告显示，我国手机网民的数量在 2018 年底已经高达 8.17 亿人，并且利用手机与互联网相连的比例高达 98.6%。[1] 例如，快手、抖音等短视频平台都是媒介发展中比较具有代表性的例子。随着通信技术的发展，现代媒介也展示出了新的形态。5G 技术的出现给社会行业发展和变革带来了机遇，该技术具有低时延、高速度的特征，医疗行业、汽车行业、传媒业、物流运输业等多领域都可积极利用 5G 技术。在 5G 技术的推动下，AR、VR 技术也将被大规模运用到新闻报道等各个方面。物联网的出现和发展，使人与物之间的连接更加紧密，实现了监测与连接的全面性，增加了人与物之间的互动性，也形成人与物传播、人与人传播、物与物传播的新形态。

2. 5G 技术下媒介形态对传播环境产生的影响

人对外界的感知能力，可以依托技术的进步来得以提升，5G 时代的到来起到了转变媒介形态的作用，进而导致人对外界感知方式的革新。喻国明教授说：“万物互联则进一步将人与人、人与世界的互联网上升到生理级、心理级的互联互通，其疆界的进一步拓展、要素的进一步丰富、结构的进一步生态化，将促成传播学科的革命性重构。”[2]5G 时代背景下产生了沉浸式的传播环境，人们大规模的应用 VR、AR 或利用现场直播的方式让人们更加直观的感受现场，高清的屏幕也给人们一种身临其境的感觉。此外，物联网的发展是媒介形态变化的最大特色，万物互联的状态也将以 5G 技术为支持。

3. 5G 技术背景下媒介的变革和影响

3. 1 “媒介即人的延伸”的再强化

“媒介即人的延伸”认为，媒介是人的感觉和感官的延伸，能够使人的视觉能力，听觉能力和触觉能力等得到综合性延伸。但是，对这一观点的理解，不能仅仅局限于身体的物理层面，还需要重视人的情绪意识和思维等心理性因素，将媒介的发展从物理性媒介领域扩展到心理性媒介的范畴。随着我国信息科学技术的不断发展，逐渐形成了万物互联的格局。[3] 在这种格局中，人们的心理、生理以及情绪等各种信号都可以通过媒介进行连接。以互联网为代表的信息时代，人们的身体与情绪的各种变化与起伏都能够被记录，通过传感器将这些数据通过算法与外界逐渐连为一体。人们的身体或者物体上的感应元件被广泛用于与外界保持连接状态的终端，5G 技术开启的万物互联时代为这一目标的实践提供了保障。传感器已经成为了外界感觉人的一种新媒介。与传统媒介不同，它可以采集人的脑电波，心跳以及情绪等方面的数据，通过数据分析展示人的心理特征，实现人与外界的沟通和连接，实现了从行动层面到生理与心理层面的延伸。

这种新型的感知媒介逐渐深化了对用户的认知，从生理信息层面方便了解用户的状态，从而更加精准的为用户提供服务。此外，这种感知媒介也是人们实现自我传播和自我感知的重要途径。通过传感器获得的精准数据可以被外部媒介设备所利用，并将其作为采取行动和日常判断的参考依据。同时它也拓展了人对外部世界的认知方式，为外界对人进行探究提供了着力点，提升探究层次深度。5G 时代强化了媒介即人的延伸这一观点，产生了与人的内心相联通的新媒介，实现了人与外界的深度融合，同时也给媒介自身的变革带来了积极影响。

3. 2 媒介呈现形式的变革

5G 时代的到来，使媒介呈现形式发生了较大的变化，

沉浸式、家庭式以及共享式成为媒介呈现的主要形式。首先，沉浸式交互方式表明了受众对网络交互性越来越强。2019年，“沉浸式新闻”在两会报道中首次出现，它以5G技术为依托，以VR和AR技术为加持，利用数据可视化以及智能化体验，给受众营造了一种身临其境的感觉。例如，央视网的《全景沉浸看报告》以及人民日报的《AR看两会》等，都是以沉浸式的方式帮助受众接收信息的例子，满足受众的个性化需求。此外，家庭式媒介呈现形式主要是指5G时代背景下，网络逐渐回归到电视，凭借高清晰度以及强交互性特征在家庭观看方式上获得优势。一些教育类、服务类以及情感类的节目很适合全家坐在一起观看。新媒体受众中的青年人比例较大，为了抓住5G技术优势，相关电视媒体应该抓住受众的特征，打造适合全年龄段的受众喜爱的家庭节目。5G技术时代，电视机终端将沿着互联网电视（OTT TV）的发展道路转变为智慧家庭的信息屏幕，即成为海量化、多类型的网络媒介信息内容的播放设备，也是人们获得家庭幸福感的重要途径。与此同时，共享式的媒介呈现形式在5G技术的辅助下呈现出来越发强劲的动力。人们可以将资源从本地转移到云端，不需再购买本地软件以及硬件资源，操作简单易学，极大地方便了人们的生活，并且“云端”还可以随时随地与成本较低的客户端进行连接，将功能强大的硬件、软件以及数据资源等与本地实现互联。[4]

3.3 物联网产生的“万物互联”

1991年，美国麻省理工学院的凯文·阿什首次提出了“物联网”的概念，在5G时代，物联网的普及程度更高。人们将网络与各类设备上的二维码、传感器以及射频识别等连接，实现了在物与物以及人与物之间的对话和通信。在4G时代，各种智能产品的出现和物联网的发展，也给人与物之间的互联互通提供了机遇。但是，4G技术存在很多不足，例如容量不足或信息传播速度慢等，只能小范围的实现人与人或人与物之间的连接。[5]5G时代的到来，弥补了4G技术的不足，以其低能耗、大容量和高速度等优势逐渐普及，并依托大数据和高度发展的人工智能等，推动了万物互联时代的出现和发展。例如，人与物之间的交流在智能家居或车联网等的不断普及下，逐渐形成了一种双向的传播交流形式，人与物之间的联系被不断深化。5G技术下，媒介环境正在发生变革。媒介不仅仅是一种讯息或内容的载体，其形式本身也能产生影响和效果。在这个万物皆媒的时代环境中，人们的习惯和思维方式都会受到新媒介的影响而发生改变，信息的来源也被不断拓展，智能化技术的发展使得更多的物能够与人之间联通，拓宽了信息传播的范围。万物互联时代，人们逐渐打破了大众传播媒体所营造的“拟态环境”，依托智能化技术的发展，人们对环境的感知能力也得到了发展，各种虚假信息难以对人们的生活造成不良影响。同时，人们获取外界信息的能力也得到了发展，自觉思考自身所处的媒介环境，深入了解媒介环境的改变，充分发挥各自的主观能动性，突出人的个性化需求。

3.4 内容生产主体的多样化及传播主体的多元化、泛众化

在“万物皆媒、人机共生”的技术背景下，传播主体更加泛众化，转变了传统的新闻采集方式。例如，无人机的出现和广泛应用，可以代替新闻工作者去新闻发生地进行拍摄，获取新闻素材，拓展了新闻记者快速获取新闻素材的渠道，在某些特殊环境下，在给受众展示新闻现场全貌的同时也节约了部分人力和物力。再比如，各种智能机器人的出现在一定程度上提升了新闻生产的效率。新华社机器人记者“快笔小新”以及由腾讯开发的智能写作机器人“Dreamwriter”，降低新闻工作人员的压力，有效提升了内容生产主体的多样化。[6]

在5G时代技术生产内容（MGC）将会更为常见，5G技术可以实现诸多传感器的互联，媒介内容的生产者扩展到外界环境以及人类的可穿戴设备，人机共生模式也将成为新闻采集与分发的重要着力点。5G技术推动下外部环境更加依托智能设备，实现了人与外部环境之间的信息交换，改变了以人为信息传播主体的传统传播链条。5G技术和物联网的发展，打破了传统传播模式，将传播范围由人与人之间的传递扩展到人与外界环境之间的信息交换。之所以说智能媒介智能是因为它可以感知不同传播者的需求，而不仅仅是扮演传播过程中的信息载体，在智能媒介获得信息后，可以依据既有的判断，修改或调整信息的形式和内容，对信息进行解读和编码。在这种背景下，传播主体不再以人为唯一对象。

与此同时，在视频没有成为社会主流传播方式之前，人们还需要思考是否实现了“人人都是传播者”，是真正的“社会播报器”这一问题。文字编辑目前还是传播的主要方式，但是文字编辑要求编辑者要具备较强的思维逻辑能力、语言表述能力以及良好的文字功底，这些要求便限制了文字编辑方式的应用，同时也限制了大部分人的发声权。大部分的人都不是内容的原创者，只能通过自媒体平台上具备的点赞、转发、评论以及阅读等方式行使一部分的权利，具有一定的沉默性。各类视频产品在5G技术的推动下快速传播，也将成为主流的传播方式。视频的运转方法和操作方式简单易学，人们可以很便捷的通过自媒体渠道将自己的想法和诉求等内容与他人进行分享与交流，做到无障碍沟通。即5G技术的出现发展扩展了传播主体的范围。[7]

3.5 短视频成为真正的“媒介之王”

5G时代背景下，短视频成为真正的媒介之王。5G技术凭借其传播速度快且容量大等优势，加上中国人民对智能手机的高应用率和互联网流量资费低的原因，使短视频得到了快速的发展。此外，短视频具有较强的感染力，不需要受众具备较高的文字解读能力，是人们处

于被各种压力包围的环境中的一种放松自我的方式，同时也给予了受众一种身临其境的感觉，很多人都被短视频所吸引，具有较强的参与感。与此同时，受众的年龄层次、种族地域与职业身份的差异不会限制短视频的制作和观看。短视频的观看只需要手指上下滑动操作即可，具有便捷性高的优势。短视频的观看和制作只需要受众在智能手机上下载相关的软件，比如快手、抖音、火山小视频等短视频 App，便能分享自己身边的新鲜事物或了解其他的信息，进入门槛很低。短视频作为一种新颖的娱乐方式已经得到了我国很多网络用户的关注，人们在闲暇时间多倾向观看短视频。很多的主流媒体也紧随时代发展的步伐，入驻了短视频平台。比如，人民日报和央视网都具有独立的抖音账号，并在抖音上进行新闻信息的制作与传播，短视频在媒介中的地位逐步提升。

当然，在 4G 时代下，视频化的传播和场景也时常见到，但是由于利用 4G 技术会有视频制作成本高以及制作周期长的问题，人们需要花费较多时间进行宣传和推广。在 4G 技术下的很多软件和硬件水平也无法满足视频的传播和制作要求，延时现象时有发生。但是，在 5G 技术的辅助下，人们获得了更强的 VR 体验的视听感、沉浸感以及舒适度等。在 5G 技术营造的虚拟环境中，用户的大部分需求都能够得到满足，人与人之间以及人与物之间的互动性将不断提升。5G 技术能够实现图像、数据以及语音等的快速且高效的传输，拓展了 VR 的应用领域。例如，“爱奇艺 VR”、“奇遇 VR”等都出现在了人们的视野中，并且人们将会继续探索 VR 的应用渠道。5G 时代给短视频的发展提供了基础，让短视频能够呈现出多向互动性以及立体多维性的特征。[8]

4. 5G 技术对媒介影响的思考

5G 技术的应用给媒介带来了巨大的影响和变革，也成为推动社会发展的重要力量。人们将迎来万物互联的时代，VR 和 AR 也将被大规模使用，给人们带来不一样的体验。在这种背景下，人们所处的媒介环境将从人与人的连接扩展到人与物的连接，带来了空前的影响和变革。媒介形态的改变也给广大人民群众提出了要求，需要受众具备良好的媒介素养、选择偏好以及消费习惯等。在未来，技术将更加发达，各种新的媒介形态也将出现并改变人们的生活，人们将更加重视自身心理和生理的感受，依托新的媒介满足自己的个性化需求。需要注意的是，5G 技术的发展和变革引发的很多转变可能会给人们带来不适感。人们面对媒介环境的变化，应该主动认识到信息获取行为模式的重要性，避免惰性，并以积极的方式作为获取信息的途径。人们应该重视媒介素养，不断提升自身对新技术应用风险的防范能力和知觉意识，充分发挥出 5G 技术和媒介的实际价值。

结语

综上所述，5G 技术的发展推动了媒介形态的变革。在 5G 技术推动下，人们将会迎来万物皆媒的时代，沉浸式、共享式、家庭式的互动成为人们学习和生活中的一部分，且短视频将成为媒介的主流，不断强化了“媒介即人的传播”，也提升了内容生产主体的多样性。人们应该精准把握 5G 技术推动下的媒介变革方向，树立媒介素养，提升信息生产力。媒

参考文献

[1] 白瑶 .5G 到来的技术思考——基于媒介环境学派的媒介技术视角 [J]. 中国石油大学学报(社会科学版),2020(03): 89-98.
[2] 喻国明 .5G 时代的传播发展：拐点、挑战、机遇与使命 [J]. 传媒观察，2019（07）：5-7.
[3] 曹素贞，张金桐 .5G 技术赋能：媒介生态变迁与传播图景重塑 [J]. 当代传播，2020（02）：37-40+66.
[4] 段鹏，文喆，徐煜 . 技术变革视角下 5G 融媒体的智能转向与价值思考 [J]. 现代传播（中国传媒大学学报），2020（02）：29-34.
[5] 黄楚新 .5G 条件下主流媒体如何占领传播制高点 [J]. 科技与出版，2019（12）：37-42.
[6] 喻国明，王佳鑫，马子越 .5G 时代虚拟现实技术对传播与社会场景的全新构建——从场景效应、场景升维到场景的三维扩容 [J]. 媒体融合新观察，2019（05）：4-8.
[7] 柯泽，程伟瀚 . 人工智能时代的传媒变局、危机以及认识论误区——基于 5G 技术的理性与人文主义的思考 [J]. 新闻与写作，2020（01）：72-78.
[8] 周逵，何苒苒 . 技术与管理双重逻辑下的中国短视频产业市场图景——基于 5G 技术创新扩散的前瞻性分析 [J]. 电视研究，2017（12）：26-29.

作者简介：宋雨（1980-），女，河南郑州人，主任编辑职称，研究方向：数字媒体编辑、媒介融合。

（责任编辑：张晓婧）